

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ตามลำดับดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. สมมติฐานของการวิจัย
3. วิธีดำเนินการวิจัย
4. สรุปผลการวิจัย
5. อภิปรายผล
6. ข้อเสนอแนะ

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
2. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปานกลาง
3. ส่วนประสมตลาดบริการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม

## วิธีดำเนินการวิจัย

### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.1 ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ณ วันที่ 23 กันยายน 2553 จำนวน 16,230 คน (สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดมหาสารคาม. 2553 : 1)

#### 1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ณ วันที่ 23 กันยายน 2553 จำนวน 395 คน

### 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งสร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ สมรส รายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 ส่วนประสมตลาดบริการของสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมถึงผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ

ตอนที่ 3 คุณภาพการให้บริการของสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมถึงการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างพอเพียง การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

### 3. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน ซึ่งใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชนอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมถึง ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการของสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยครอบคลุมถึงการให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการที่ตรงเวลา การให้บริการอย่างพอเพียง การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยใช้วิธีการประมวลผลทางหลักสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวิธีหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 59.49 ซึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.62 มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา/สูงกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 41.01 มีอาชีพ เกษตรกรรม จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 44.30 สถานภาพสมรส จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.70 และรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 10,001-15,000 บาท จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.73

2. สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถนำเสนอตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้

2.1 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ข้อ และปานกลาง 3 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยจำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ ท่าเลที่ตั้งของร้านค้าชุมชนมีความเหมาะสมและใกล้แหล่งชุมชน การจัดวางสินค้าเป็นหมวดหมู่มีความเป็นระเบียบและหาสินค้าได้ง่าย ความสะอาดของร้านค้าชุมชน ความสวยงามของร้านค้าชุมชน การจัดตกแต่งบริเวณ โดยรอบหรือภายนอกของร้านค้าชุมชนมีความเป็นระเบียบและสะอาดตาต่อผู้พบเห็น ตามลำดับ

2.2 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และปานกลาง 3 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยจำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ พนักงานอิมเี่ยมในการให้บริการแก่สมาชิกของร้านค้าชุมชน ร้านค้าชุมชนมีภาพลักษณ์ของความซื่อสัตย์น่าเชื่อถือ ห้องน้ำมีความสะอาด มีการจัดและตกแต่งสถานที่บริเวณร้านค้าชุมชนให้สวยงาม เป็นระเบียบ การคืนประโยชน์ให้แก่สังคมหรือสมาชิก เช่น การให้เงินสนับสนุน กิจกรรมวัสดุและครุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการศึกษา การให้ทุนการศึกษา ฯลฯ ตามลำดับ

2.3 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และปานกลาง 6 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยจำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ ระดับความเป็นมาตรฐานของราคา ไม่เอาไรด์เอาเปรียบผู้บริโภค สินค้ามีป้ายราคาปิดแสดงที่ชัดเจน ราคาของสินค้าอุปโภค บริโภค เช่น ผงซักฟอก สบู่ ยาสีฟัน ฟ้านามัย ขนม มีความเหมาะสม ความยืดหยุ่นของการต่อรองราคา

สามารถต่อรองได้ในราคาที่เหมาะสม มีการให้เครดิต เช่น นำสินค้าไปใช้ก่อนแล้วจ่ายเงินทีหลัง ตามลำดับ

2.4 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ ด้านกระบวนการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ ความเหมาะสมเวลาเปิดให้บริการของร้านค้าชุมชน (05.00-20.00 น.) ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานคิดเงิน มีระบบบัญชีที่น่าเชื่อถือ มีความรวดเร็วในการชำระเงิน ทอนเงิน มีระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ และเชื่อถือได้ ตามลำดับ

2.5 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และปานกลาง 5 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ พนักงานมีความพร้อม และเต็มใจให้บริการ พนักงานให้บริการแก่สมาชิกอย่างเสมอภาค พนักงานพูดจาสุภาพอ่อนน้อม/ อธิยาศัยดี/มีมารยาท จำนวนพนักงานขายมีความเหมาะสม พนักงานได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าให้ อย่างถูกต้อง โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ตามลำดับ

2.6 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และปานกลาง 5 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ การส่งเสริมการขาย โดยการจับฉลากหาผู้โชคดีเพื่อแจกรางวัลในโอกาสต่าง ๆ การสะสมยอดซื้อสินค้าเพื่อแลกของรางวัล การให้ส่วนลด ของแถมแก่สมาชิกในโอกาส พิเศษ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ มีการโฆษณาสินค้าตามสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ แผ่นพับ ใบปัด ผนัง ร้านค้าหรือบอร์ดนิเทศต่าง ๆ ภายในร้านค้าชุมชน การแจกคู่มือเพื่อใช้เป็นส่วนลดในการชำระค่าสินค้าและบริการครั้งต่อไป ตามลำดับ

2.7 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสมตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ ระดับปานกลาง 4 ข้อ และระดับน้อย 1 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ การเก็บรักษา



สินค้ามีความปลอดภัยจากสิ่งสกปรกภายนอก เช่น หนู แมลงสาบ เชื้อรา เป็นต้น ประเภทของสินค้ามีทั้งสินค้าอุปโภค บริโภคให้เลือก ความใหม่สดของสินค้ามีเข้าร้านอย่างต่อเนื่อง คุณภาพของสินค้าอยู่ในระดับมาตรฐาน ความทันสมัยของสินค้ามีให้เลือกสรรอยู่เสมอ ตามลำดับ

3. สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน สามารถนำเสนอตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้

3.1 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และระดับปานกลาง 4 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมร้านค้าชุมชนให้สมาชิกทราบ อย่างสม่ำเสมอ ลูกค้านำสามารถโทรศัพท์สั่งของได้ตลอดเวลาทำการ พนักงานมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าภายในร้านค้าชุมชนทุกชนิด มีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า โดยไม่คิดค่าบริการ ความสามารถในการอธิบายคุณภาพและวิธีการใช้สินค้าต่าง ๆ ได้ ตามลำดับ

3.2 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และระดับปานกลาง 3 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ พนักงานขายปฏิบัติต่อสมาชิกด้วยความจริงใจ เต็มใจมาตรวจสอบและแก้ไขหากมีปัญหาเกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้า รับเปลี่ยนสินค้าให้ทันที โดยไม่มีเงื่อนไข พนักงานขายมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ เป็นอย่างดี มีบริการหลังการขายที่น่าประทับใจ ตามลำดับ

3.3 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอศรีบึง จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ข้อ และระดับปานกลาง 3 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ ยิ้มแย้ม

แจ่มใสไม่แสดงอาการหงุดหงิดหากสมาชิกไม่ซื้อสินค้า แจ้งให้สมาชิกทราบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคา ทุกครั้ง พนักงานดูแลร้านค้าชุมชนมีจำนวนพอเพียง เหมาะสม สินค้าอุปโภค บริโภค เพียงพอครอบคลุมตรงตามความต้องการของลูกค้า มีความเต็มใจและความพร้อมในการให้บริการอย่างรวดเร็ว โดยท่านไม่ต้องรอนาน ตามลำดับ

3.4 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และปานกลาง 4 ข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ กิรราคาค่าสินค้าและบริการเท่าเทียมกันทุกคน ความมีมนุษยสัมพันธ์ อธิยาศัยและกิริยามารยาท ของพนักงานเป็นกันเองกับสมาชิกทุกคน การให้บริการลูกค้า ลำดับ ก่อน - หลังตามคิว ให้บริการตอบคำถาม ปัญหา ข้อสงสัย และการปฏิบัติงานของพนักงานมีความเป็นธรรมชาติไม่เลื้อยกปฏิบัติตรงไปตรงมา ตามลำดับ

3.5 สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย จำนวน 5 ลำดับได้ ดังนี้ การคิดค่าสินค้าและบริการ มีความถูกต้อง และมีความสะดวก รวดเร็วในขั้นตอนการชำระค่าสินค้า ความน่าเชื่อถือของพนักงาน เช่น การตรงต่อเวลา สามารถติดต่อและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว ความถูกต้อง ความสะดวกและรวดเร็วของการให้บริการการสินค้า พนักงานมีการบริการจัดหาสินค้าที่ลูกค้าตรงตามความต้องการ ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ส่วนประสมตลาดบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม โดยรวมอยู่ระหว่าง 0.013 ถึง 0.296 มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำและมีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร( $X_3$ ) กับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ( $r_{x_3y_2} = 0.296$ ) ส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากร( $X_3$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพ

การให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ( $r_{x_5y_4} = 0.258$ ) และส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร ( $X_5$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $Y_5$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ( $r_{x_5y_5} = 0.206$ ) ตามลำดับ

เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายคู่ สามารถสรุปผลได้ ดังนี้

- 4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ ( $X_1$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_1y_1} = 0.143$ ) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $Y_4$ ) ( $r_{x_1y_4} = 0.118$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ
- 4.2 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านราคา ( $X_2$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_2y_1} = 0.131$ ) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $Y_5$ ) ( $r_{x_2y_5} = 0.112$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ
- 4.3 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านการจัดจำหน่าย ( $X_3$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_3y_1} = 0.100$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ
- 4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ( $X_4$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_4y_1} = 0.165$ ) ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ( $Y_3$ ) ( $r_{x_4y_3} = 0.162$ ) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $Y_4$ ) ( $r_{x_4y_4} = 0.162$ ) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $Y_5$ ) ( $r_{x_4y_5} = 0.117$ ) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $Y_2$ ) ( $r_{x_4y_2} = 0.110$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ
- 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร ( $X_5$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $Y_2$ ) ( $r_{x_5y_2} = 0.296$ ) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $Y_4$ ) ( $r_{x_5y_4} = 0.258$ ) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $Y_5$ ) ( $r_{x_5y_5} = 0.206$ ) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_5y_1} = 0.186$ ) ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ( $Y_3$ ) ( $r_{x_5y_3} = 0.162$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ
- 4.6 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านกระบวนการ ( $X_6$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ( $Y_3$ ) ( $r_{x_6y_3} = 0.150$ ) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_6y_1} = 0.110$ ) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $Y_2$ ) ( $r_{x_6y_2} = 0.108$ ) ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $Y_4$ ) ( $r_{x_6y_4} = 0.105$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ



4.7 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ( $X_7$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $Y_4$ ) ( $r_{x_7y_4} = 0.178$ ) ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $Y_2$ ) ( $r_{x_7y_2} = 0.174$ ) ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ( $Y_3$ ) ( $r_{x_7y_3} = 0.159$ ) ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค ( $Y_1$ ) ( $r_{x_7y_1} = 0.154$ ) ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $Y_5$ ) ( $r_{x_7y_5} = 0.146$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกต่ำ

### อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม สามารถนำมาอภิปรายเพื่อตอบสมมติฐานของการวิจัย ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคลากร และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะสมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ สามารถที่จะบริหารจัดการกิจการของตน มีการนำระบบการบริหารการค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ โดยนำปัจจัยส่วนประสมตลาดบริการมาใช้พัฒนาทางด้านรูปแบบการจัดร้าน มีการจัดวางสินค้าให้เหมาะสม รวมถึงการบริหารจัดการร้านค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทั้งนี้สินค้าที่จะนำมาจำหน่ายในร้านค้าชุมชนนั้นจะยังคงเป็นสินค้าที่จะช่วยลดค่าครองชีพให้กับประชาชนในท้องถิ่น โดยมีสินค้าอีกส่วนหนึ่งเป็นสินค้าพืชผลทางการเกษตร และสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่จะถูกนำมาจำหน่ายเพิ่มเติมตามนโยบายของรัฐบาล ซึ่งสามารถสร้างคุณค่าได้อย่างสอดคล้องกับคุณประโยชน์ตามการค้าปลีกสมัยใหม่ที่ลูกค้าต้องการได้

ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพรพิมล อารีประเสริฐกุล (2549 : 110) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการร้านบ้านไร่กาแฟโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า

ปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ กระบวนการ บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวีรยา จอมภักดี (2552 : 135) ได้ศึกษา ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลในระดับมากต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านซัก อบ รีด ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เรียงตามค่าเฉลี่ยคะแนนจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยคะแนนสูงสุด พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์คือ ความสะอาดของผ้า ปัจจัยด้านราคาคือ ราคา ค่าบริการคุ้มค่าสอดคล้องกับคุณภาพการบริการ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายคือ ที่ตั้งของร้านอยู่ใกล้ที่พัก ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดคือ มีการทำแพคเกจราคาประหยัด ปัจจัยด้านบุคคลคือพนักงานมีความเอาใจใส่และเต็มใจให้บริการต่อลูกค้า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพคือ ความสะอาดของเครื่องซักผ้า/อุปกรณ์ และปัจจัยด้านกระบวนการคือ ความถูกต้องของการส่งผ้าคืน

2. ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ด้านการให้บริการที่มีความก้าวหน้า ด้านการให้บริการอย่างพอเพียง ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค และด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ตามลำดับ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจร้านค้าชุมชนมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว แก้ไขปัญหาและพัฒนาอาชีพ โดยมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร เพื่อร่วมกันดำเนินกิจการ ร่วมซื้อ ร่วมขาย นำผลกำไรที่ได้มาเป็นผลเฉลี่ยคืนให้กับสมาชิก ซึ่งการดำเนินกิจการ การให้บริการจะกระทำภายใต้การบริหารของกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงคุณภาพการบริการและการสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชนอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้การให้บริการที่นำมาใช้เป็นการปฏิบัติต่อสมาชิกเป็น

การให้บริการด้วยความจริงใจ เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า พยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้า และเกิดพฤติกรรมซื้อมากยิ่งขึ้น จึงทำให้การให้บริการมีความสอดคล้องต่อความต้องการหรือความคาดหวังของลูกค้าได้

ผลการวิจัยดังกล่าวนี้สอดคล้องกับแนวคิดของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 45) กล่าวว่า การประเมิน คุณภาพการบริการของลูกค้านั้นยากกว่าการประเมินคุณภาพสินค้า การรับรู้คุณภาพบริการเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบของความคาดหวังของลูกค้ากับบริการที่ได้รับจริง ซึ่งคุณภาพที่ถูกประเมินไม่ได้เป็นการประเมินเฉพาะผลจากการบริการเท่านั้น โดยการจัดการระบบบริการให้มีคุณภาพจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ ดังนี้ 1) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ (Satisfaction) การให้บริการที่ดีต้องมีเป้าหมายอยู่ที่ผู้รับบริการหรือลูกค้าเป็นหลักสำคัญ 2) ความคาดหวังของผู้รับบริการ (Expectation) เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์การหรือธุรกิจบริการใด ๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน 3) ความพร้อมในการบริการ (Readiness) ประสิทธิภาพของการบริการขึ้นอยู่กับความพร้อมที่จะให้บริการในสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการ ภายในเวลาและด้วยรูปแบบที่เป็นที่ต้องการ 4) ความมีคุณค่าของการบริการ (Value) คุณภาพของการให้บริการที่ตรงไปตรงมา ไม่เอาเปรียบลูกค้าด้วยความพยายามที่จะทำให้ลูกค้าชอบ และถูกใจกับบริการที่ได้รับ 5) ความสนใจต่อการบริการ (Interest) การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้าทุกระดับและทุกคนอย่างยุติธรรมหรือการให้บริการเท่าเทียมกันนับเป็นหลักการของการให้บริการที่สำคัญที่สุด ไม่ว่าลูกค้าจะเป็นใครก็ตามต่างก็ต้องการ ได้รับบริการที่ดีด้วยกันทั้งสิ้น 6) ความมีไมตรีจิตในการบริการ (Courtesy) การต้อนรับลูกค้าด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส และทำที่ที่สุภาพอ่อน โขนของผู้ให้บริการ แสดงถึงอักษาศัยของความเป็นมิตรและบรรยากาศของการบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเอง จะส่งผลให้ผู้รับบริการเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อการบริการที่ได้รับ 7) ความมีประสิทธิภาพของการดำเนินงานบริการ (Efficiency) ความสำเร็จของการบริการขึ้นอยู่กับบริการอย่างมีระบบที่มีขั้นตอนที่ชัดเจน เนื่องจากการบริการเป็นงานที่เกี่ยวข้องระหว่างคนกับคน การกำหนด “ปรัชญาการบริการ” (Service theme) หรือแผนในการให้บริการ และการพัฒนากลยุทธ์การบริการเพื่อให้การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ ย่อมแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริการ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอเบรบือ จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอเบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความสัมพันธ์ทางบวกปานกลาง ( $r_{xy} = 0.451$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่า ส่วนประสมตลาดบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกปานกลางกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอเบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชน มีการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด โดยนำเอาส่วนประสมตลาดบริการมาประสมประสานให้ปัจจัยการตลาดทุกตัวมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันกับการให้บริการลูกค้า ซึ่งจะก่อให้เกิดความพึงพอใจ ความเชื่อใจ ความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจต่อการให้บริการขององค์กรฯ อันจะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและผลกำไรต่อไป

ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของชงยุทธ พุทวงศ์ศิริพันธ์ และคณะ (2546 : 35) กล่าวถึง การนำกลยุทธ์ส่วนประสมด้านการตลาดของธุรกิจทั่วไปคือ 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) มาเป็นพื้นฐานในการทำธุรกิจบริการนั้น ไม่เพียงพอกับการทำธุรกิจ แต่จำเป็นที่จะต้องมีการนำกลยุทธ์ส่วนประสมด้านการตลาดอีก 3 ตัว มาเสริมเพื่อให้ธุรกิจบริการประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น ซึ่งได้แก่ คน (People) เหตุการณ์ทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการในการบริการ (Process) ซึ่ง กลยุทธ์ส่วนประสมด้านการตลาดทั้ง 3 ตัวที่เพิ่มมานี้จะเป็นสิ่งที่จะช่วยในการทำธุรกิจบริการประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับแนวคิดของสมชาติ กิจบรรจง (2546 : 15) อธิบายไว้ว่า การให้บริการที่ดีและมีคุณภาพจากตัวบุคคล ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคกลยุทธ์ ทักษะ และความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ขณะจิตใจลูกค้า ผู้ที่ติดต่อธุรกิจ หรือบุคคลทั่วไปที่มาใช้บริการจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในปัจจุบันนี้การให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนการติดต่อ ในระหว่างการติดต่อหรือภายหลังการติดต่อ โดยได้รับการบริการจากตัวบุคคลทุกระดับในองค์กรรวมทั้งผู้บริหารขององค์กรนั้น ๆ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือ ศรัทธา และสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งมีผลในการสั่งซื้อ หรือใช้บริการอื่น ๆ ในโอกาสหน้า

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์เป็นรายคู่ พบว่า มีคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดจำนวนสามอันดับ ซึ่งจะทำการอภิปรายตามลำดับ ดังนี้



3.1 ส่วนประสมตลาดบริการด้านบุคลากร ( $X_3$ ) กับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณภาพ การให้บริการด้านการให้บริการที่ตรงเวลา ( $Y_2$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ( $r_{x_3y_2} = 0.296$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มสมาชิกที่ดำเนินกิจการมาจากการเลือกตั้งของสมาชิกด้วยกัน และเป็นชาวบ้านในชุมชนนั้นๆ ที่ได้รับการไว้วางใจให้ดูแลกิจการ ซึ่งอาจขาด ความคล่องตัวในการทำงาน ความสะดวกและรวดเร็วของการให้บริการสินค้า การเรียนรู้ เกี่ยวกับการตลาดและการบริการมาจากการอบรมหรือฟังบรรยายหรือการมีคู่มือการปฏิบัติงาน โดยมีการจัดกิจกรรมเป็นครั้งคราวจึงทำให้ การให้บริการมีคุณภาพการให้บริการค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคอตเลอร์ (Kotler, 2000 : 722-726) กล่าวว่า บุคลากร คือ พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งได้จากการคัดเลือก การฝึกอบรมและแรงจูงใจพนักงาน ทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจในการบริการมากขึ้นแตกต่างเหนือคู่แข่ง พนักงานควรมีความรู้ ความสามารถมีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความน่าเชื่อถือมีความรับผิดชอบ สื่อสารกับลูกค้าได้ดี มีความสามารถในการแก้ปัญหาต่างๆ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจ ให้ลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง

3.2 ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร ( $X_3$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพ การให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ( $Y_4$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ( $r_{x_3y_4} = 0.258$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะแนวทางการส่งเสริมร้านค้าชุมชนที่ผ่านมานั้นกิจกรรมการ ถ่ายทอดความรู้ ในรูปแบบการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาแนะนำโดยวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ โดยมีความเชื่อว่ากระบวนการพัฒนาดังกล่าวจะสามารถแก้ไขปัญหาด้านการบริหารจัดการ และการตลาด แต่ทั้งนี้การพัฒนาร้านค้าชุมชนร่วมกับชุมชนเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิด การเรียนรู้วิถีชีวิตและธรรมชาติของชุมชน เพื่อการสร้างแบบแผนการพัฒนาร้านค้าชุมชนที่ ชุมชนต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณิ ขอดเผื่อ (2551 : 104) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัว แก้ไขปัญหา และพัฒนาอาชีพ โดยมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กร แต่ไม่ได้แบ่งหน้าที่ หรือบันทึกไว้ชัดเจน มีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 18 คน การมีส่วนร่วมของสมาชิกในด้าน การวางแผน/กำหนดนโยบายและการมีส่วนร่วมในด้านการประเมินผลอยู่ในระดับน้อย รวมทั้ง การมีส่วนร่วมในด้านการดำเนินงานและการมีส่วนร่วมในด้านผลประโยชน์อยู่ในระดับ



## ปานกลาง

3.3 ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร ( $X_3$ ) กับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างก้าวหน้า ( $Y_3$ ) มีความสัมพันธ์ทางบวกค่อนข้างต่ำ ( $r_{x_3y_3} = 0.206$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มสมาชิกยังขาดความสามารถในด้านต่างๆ อย่างแท้จริง เช่น การแสวงหาข้อมูลเพื่อการพัฒนาการตลาดบริการ และการให้บริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า สอดคล้องกับงานแนวคิดของวงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 45) กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการ เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังที่จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจหรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้ หากการบริการนั้นเกินความคาดหวังที่มีอยู่ เป็นที่ยอมรับว่า ผู้รับบริการมักจะคาดหวังการบริการที่รวดเร็วทันใจ มีประสิทธิภาพ และแสดงออกด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีงาม ทั้งนี้สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังไว้นั้นจะแตกต่างกันแปรไปตามลักษณะของงานบริการ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยเพื่อนำไปใช้

จากการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมตลาดบริการกับความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยขอเสนอประเด็นสำคัญที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาและบริหารงาน โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

#### 1.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมตลาดบริการ

จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในแต่ละด้าน พบว่ายังประเด็นที่สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการในแต่ละด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดจำนวน 3 ด้าน ที่ควรปรับปรุงแก้ไข ดังต่อไปนี้

1.1.1 ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของความทันสมัยของสินค้ามีให้เลือกสรรอยู่เสมอและ ขนาดบรรจุภัณฑ์ของสินค้ามีให้เลือกหลายขนาด ดังนั้นกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้า ชุมชนควรมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวสินค้าภายในร้าน ให้เพิ่มสินค้าที่มีความทันสมัย มีให้ เลือกหลากหลายโดยเน้นตัวสินค้าที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต เช่น อุปกรณ์การเกษตร เครื่องครัว เป็นต้น และควรจัดวางสินค้าให้เป็นระเบียบ เพื่อความสะดวกต่อการเลือกซื้อสินค้า ของลูกค้า

1.1.2 ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านบุคลากร พบว่า มีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำของพนักงาน ขาย และความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการของพนักงานขาย ดังนั้น กลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชนควรมีการพัฒนาและฝึกอบรมสิ่งที่จำเป็นต่อการ ให้บริการ เช่น ด้านทักษะในการให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ ลูกค้าที่มาใช้บริการ การต้อนรับ เป็นต้น ซึ่งพนักงานขายควรกล่าวทักทายลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ การขอบคุณลูกค้า หรือผู้ใช้บริการทุกครั้งที่มาใช้บริการ นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับการให้บริการของ พนักงานขายต้องมีความรวดเร็วถูกต้องหรือมีประสิทธิภาพในการให้บริการ

1.1.3 ส่วนประสมตลาดบริการ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด พบว่า มี ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของการสนทนาคุณแก่สมาชิก โดยการ แจกแถมให้ลูกค้าเกิดความพอใจ และการส่งเสริมการขายของพนักงานขายโดยแนะนำให้ซื้อ สินค้าเพิ่มหรือสินค้ามาใหม่ ดังนั้นกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชนควรมีการส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าชุมชนให้มีระบบร้านค้าที่ทันสมัย โดยการ สนทนาคุณแก่สมาชิก โดยการแจกแถมให้กับสมาชิกที่เป็นลูกค้า ในโอกาสต่าง ๆ เสมอ และควร ให้พนักงานขาย แนะนำให้ลูกค้าซื้อสินค้าเพิ่มหรือสินค้ามาใหม่ทุกครั้งที่ลูกค้ามาซื้อสินค้า

**1.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความ พึงพอใจในคุณภาพการให้บริการของธุรกิจร้านค้าชุมชน**

จากผลการวิจัยพบว่า สมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้าชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านในแต่ละด้าน พบว่า ยังมีสมาชิกที่เป็นลูกค้าธุรกิจร้านค้า ชุมชน อำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม มีความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ในแต่ละ ด้านน้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไข ดังต่อไปนี้

1.2.1 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการที่ตรงเวลา พบว่า มีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของพนักงานมีการบริการ จัดหาสินค้าที่ถูกค่าตรงตามความต้องการ และความถูกต้อง ความสะดวกและรวดเร็วของการ ให้บริการการสินค้า ดังนั้นกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชนควรให้บริการรับสั่งซื้อ สินค้าหรือช่วยจัดหาสินค้าที่ถูกค่าต้องการให้ตรงตามความต้องการ เช่น ทวี และผู้เย็น เป็นต้น และให้บริการด้วยความคล่องแคล่วว่องไว ถ้าผู้ให้บริการ ไม่สามารถช่วยเหลือลูกค้าได้ ควร แนะนำให้ลูกค้าไปหาผู้ที่มีความสามารถมากกว่า

1.2.2 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการ ด้านการให้บริการอย่างเสมอภาค พบว่า มีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของการปฏิบัติงานของ พนักงานมีความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ ตรงไปตรงมา และการให้บริการตอบคำถาม ปัญหา ข้อสงสัย ดังนั้นกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชนควรปฏิบัติต่อลูกค้าผู้ที่มาเลือกซื้อ สินค้าทุกคนด้วยความสุจริต ยุติธรรม ไม่มีอคติ มีความเป็นธรรม ไม่เลือกปฏิบัติ และควร แสดงความเต็มใจในการให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำในสิ่งที่ลูกค้าไม่รู้ ไม่เข้าใจ หรือ แนะนำให้ไปหาผู้ที่มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ เป็นอย่างดี และควรปฏิบัติต่อลูกค้าทุกคน เช่นเดียวกัน

1.2.3 ความพึงพอใจในคุณภาพการให้บริการด้านการให้บริการอย่าง พอดี พบว่า มีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดที่ควรปรับปรุงแก้ไขในเรื่องของความเต็มใจและ ความพร้อมในการให้บริการ อย่างรวดเร็ว โดยท่านไม่ต้องรอนาน ดังนั้นกลุ่มสมาชิกที่เป็น ผู้บริหารร้านค้าชุมชนควรส่งเสริมและปลูกจิตสำนึกให้พนักงานขายเป็นคนที่รักในงานบริการ เพราะคนที่รักในงานบริการจะมีความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อลูกค้า มีความกระตือรือร้นที่ จะช่วยเหลือลูกค้ายิ้มแย้มแจ่มใสและเอาใจใส่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ควรเป็น ไปโดยธรรมชาติ

## 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การทำวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจร้านค้าชุมชน ผู้วิจัยได้ศึกษาส่วน ประสมตลาดบริการ 7 P's คือ ศึกษาถึงปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การบริการ (Service) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and presentation) ดังนั้นผู้วิจัยเห็นว่า ในการทำการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจร้านค้าชุมชน เพื่อการพัฒนาร้านค้าชุมชนร่วมกับชุมชนเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิตและธรรมชาติของชุมชน

2.2 ควรศึกษาประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มสมาชิกที่เป็นผู้บริหารร้านค้าชุมชน ในพื้นที่อื่นๆ เพื่อนำแนวทางที่ได้มาใช้ในการพัฒนาร้านค้าชุมชนให้เจริญก้าวหน้าต่อไป เพื่อการสร้างแบบแผนการพัฒนาร้านค้าชุมชนที่ตรงตามความต้องการชุมชนมากขึ้น

2.3 ควรศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของสมาชิกร้านค้าชุมชนในกลุ่มอื่นๆ นำผลที่ได้มาปรับปรุงร้านค้าชุมชนต่อไป เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการให้มากที่สุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม  
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY